

学校编码: 10384

分类号_____密级_____

学 号: 17820121151164

UDC_____

厦 门 大 学

硕 士 学 位 论 文

大陆赴台医疗旅游市场发展战略探析

——以 B 医疗机构为例

Strategies to Develop a Taiwan-Oriented Medical Tourism
Market in Mainland China

——A Case Study of Company B

丘 杰

指导教师姓名: 周 星 教 授

专 业 名 称: 旅 游 管 理 (M T A)

论文提交日期: 2015 年 月

论文答辩时间: 2015 年 月

学位授予日期: 2015 年 月

答辩委员会主席: _____

评 阅 人: _____

2015 年 月

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下，独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果，均在文中以适当方式明确标明，并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范（试行）》。

另外，该学位论文为（ ）课题（组）的研究成果，获得（ ）课题（组）经费或实验室的资助，在（ ）实验室完成。（请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称，未有此项声明内容的，可以不作特别声明。）

声明人（签名）：

年 月 日

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

☐ 1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

☐ 2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日

摘要

近年来，随着人口的增长以及老龄化问题的日益严重，健康产业也越来越受到重视，医疗旅游作为新的旅游业态正好符合了现如今人们对于健康以及休闲度假的需求的增长。相对于国外相对成熟的医疗旅游，国内医疗旅游发展尚处于萌芽期，相关研究也比较零散，尤其是关于医疗机构拓展医疗旅游市场的战略研究探讨基本处于空白期。在竞争激烈的医疗行业，如何主动寻求合作迎合医疗旅游市场需求，保持并不断巩固自身的竞争优势已成为医疗机构拓展新型业务的重要内容。从我国医疗旅游发展现状来看，台湾的医疗旅游发展已经具备了许多的经验和基础，且发展海峡两岸医疗旅游具有有利的政策支持条件、客户需求基础和发展潜力。本文将在台湾医疗旅游行业发展现状的基础上，分析第三方独立医疗机构发展医疗旅游的资源优势及市场定位，并探讨医疗机构角色转变下的战略选择。

从市场需求的角度分析，大陆旅游者对于台湾医疗旅游具有一定的认识，对于台湾的医疗服务水平和技术水平具有比较高的认可度，这也是台湾医疗旅游相较于周边国家以及地区的独特优势。此外，由于地域优势以及语言优势，台湾旅游资源对大陆旅游者十分具有吸引力，加上两岸政策的支持，为开展大陆居民赴台进行医疗旅游提供有利基础。由于目前国内医疗体制及医疗环境的限制、认证体系的缺乏及语言沟通不畅等问题，大陆医疗机构更适合为中国客户挑选合适的海外或境外医疗旅游目的地（如台湾），而非将海外的医疗旅游客户输送至大陆。

本文以厦门医疗机构管理公司 B 公司作为案例，通过对 B 公司的 SWOT 分析，对现有战略进行调整，开展赴台医疗旅游项目，从目标市场、市场竞争模式、营销手段、可视化构造等方面对 B 公司拓展赴台医疗旅游市场的发展战略进行探讨，为大陆第三方独立医疗机构开展赴台医疗旅游项目运作提供案例参考，并为发展赴台医疗旅游市场提供方向性建议。

关键词：海峡两岸；医疗旅游；台湾；医疗机构

ABSTRACT

As domestic population is aging, more and more attention has been paid to health care. Cross-over cooperation between medical and tourism industries has created a new possibility for tourism - medical tourism, which caters to a dual demand for leisure and health care. Internationally, medical tourism has matured into a well-developed industry, but domestically, it is as new as an infant, lacking a systematic theory basis. Not much research has yet been conducted on strategies to be adopted by medical institutions to expand medical tourism market. Since fierce competition is emerging in medical industry, it is important for medical institutions to voluntarily seek cooperation with the purposes of developing a set of strategies that meet market demands and further strengthen their own advantages. At present, Taiwan is way ahead of Mainland China in the development of medical tourism. Moreover, three factors have made it possible to develop cross-strait medical tourism: favorable government policies, huge demands and great potential. This paper aims to analyze and study, based on the development status of medical tourism in Taiwan, resource advantages and the market positioning of independent third party medical institutions. Strategies that can be adopted by such institutions while they seek for new roles in the medical industry are also discussed.

Compared with neighboring countries and regions, Taiwan enjoys unique advantages in terms of medical tourism. Tourists from Mainland China not only have become aware of Taiwan's medical tourism industry but also trust in Taiwan's services and technologies. In addition, there are no distance and language barriers between Mainland and Taiwan. All these advantages are great attractions to potential clients from Mainland. Favorable government policies also provide convenience for Mainlanders to have medical treatment in Taiwan. If the status of domestic health care and a lack of sound certification systems are taken into consideration, it is better for

domestic medical institutions to export local clients to proper overseas medical tour destinations instead of importing overseas medical tourists into China. While possible language barriers are further considered, Taiwan is the best destination.

To better elaborate potential strategies, a case study on Company B is conducted. SWOT Analysis is employed to adjust strategies adopted by Company B to expand its medical tourism market. Studies are focused on Company B's target market, competition model, marketing tools and visual construction. On the basis of such a case study, this paper aims to provide independent third party medical institutions with a reference and directional suggestions on strategies to open up a Taiwan-oriented medical tourism market in Mainland China.

Keywords: cross-strait, medical tourism, Taiwan, medical institutions

目 录

第一章 绪论	1
第一节 选题背景	1
第二节 研究意义	2
第三节 研究目标和研究方法	2
第四节 研究框架	3
第二章 相关理论回顾	5
第一节 医疗旅游概念	5
第二节 医疗旅游发展模式	7
第三节 医疗旅游相关研究回顾	9
第四节 竞争战略理论	12
第五节 小结	12
第三章 台湾医疗旅游发展现状	13
第一节 台湾医疗旅游发展历程	13
第二节 台湾发展医疗旅游产业竞争力分析	14
第四章 大陆赴台医疗旅游需求调查	18
第一节 医疗旅游 PEST 分析	18
第二节 国内医疗旅游市场需求调查	21
第五章 大陆赴台医疗旅游市场开拓战略——以 B 医疗机构为例	26
第一节 B 公司基本概况	26
第二节 B 公司营业现状	27
第三节 B 公司 SWOT 分析	28
第四节 B 公司战略选择	32
第五节 B 公司战略实施	36
第六章 发展大陆赴台医疗旅游的建议	45
第一节 国家层面	45

第二节 行业层面	46
第三节 企业层面	47
参考文献.....	48
致 谢.....	51
附 录.....	52

厦门大学博士论文摘要库

Contents

Chapter 1 Introduction.....	1
Section 1 Background	1
Section 2 Research Significance.....	2
Section 3 Objectives and Methods.....	2
Section 4 Research Framework	3
Chapter 2 Related Research	5
Section 1 An Introduction into Medical Tourism.....	5
Section 2 Development Models of Medical Tourism	7
Section 3 Related Research on Medical Tourism	9
Section 4 The Theory of Competitive Strategy.....	12
Section 5 Conclusion	12
Chapter 3 Developing Status of Medical Tourism in Taiwan	13
Section 1 Medical Tourism development in Taiwan.....	13
Section 2 Analysis of the industry competitiveness for Medical Tourism in Mainland.....	14
Chapter 4 An Investigation into Demands of Medical Tourists from Mainland.....	18
Section 1 A PEST Analysis on Medical Tourism	18
Section 2 Questionnaire on Demands for Medical Tourism in Mainland China	21
Chapter 5 Developing Strategies of Mainland Medical Institutions to Explore Taiwan Market-A Case Study of Company B	26
Section 1 An Analysis of Company B's typicality.....	26
Section 2 An Introduction into Company B	27

Section 3 SWOT Analysis of Company B	28
Section 4 Strategy Options of Company B.....	32
Section 5 Strategy Implementation of Company B.....	36
Chapter 6 Proposals for Developing cross-strait Medical Tourism	
Market.....	45
Section 1 Proposals for Governments	45
Section 2 Proposal for the Industry	46
Section 3 Proposals for Participating Enterprises	47
References	48
Acknowledgement	51
Appendix	52

第一章 绪论

第一节 选题背景

随着社会经济的不断发展，人们的生活水平日益提高，健康成为绝大多数人关心的焦点，以寻求健康，以医疗需求为主要出发点的旅游也成为当今旅游业的发展趋势之一。

相关调查数据显示，全球的医疗旅游年收入已达到44,000亿美元，印度2008年医疗旅游的年收入为8.7亿美元左右，2012年医疗旅游更是为印度带来了近20亿美元的年收入。世界上许多国家，例如韩国、日本、泰国等，医疗旅游已渐渐成为其经济发展的重要支柱。但是我国的医疗旅游发展还处于萌芽阶段，并且由于组织机构多是旅行社和中介机构等，侧重于“重游轻医”。

台湾医疗旅游业的发展从2000年正式开始，通过向韩国、泰国等国家学习经验，采取了政府主导型发展模式。藉由台湾丰富的旅游资源和优质的医疗技术与服务，台湾医疗旅游发展迅速，目前在国际上已经形成自己独特的竞争优势。随着海峡两岸政策也在不断的改变，到台旅行人数逐渐增多，两岸全面“三通”后，大陆到台湾的“距离”大大缩短，空中从原先经过第三地的一天旅程缩短到80分钟至3个小时的短期航程。2014年，大陆海协会与台湾海基会签署旅游合作协议，大陆居民赴台旅游踊跃，迅速成为台湾观光市场的主要力量，对于深受国际金融危机影响的台湾经济，是一个强大的支持。台湾相关数据统计，台湾从2006年开始推动境外患者来台医疗旅游，从2007年到2014年已经连续7年在大陆的北京、上海、南京、厦门、成都等10个城市做推介。2013年赴台进行医疗旅游的人数超过22万人次，其中大陆约有10万人次赴台医疗旅游。截至2015年4月15日，大陆赴台个人旅游试点城市已经增加到47个城市，随着大陆与台湾交流的频繁与政策的开放，预期未来会有更多的大陆游客赴台进行医疗旅游。

因此，无论是从海峡两岸的政策支持还是大陆居民对台湾的旅游热情来看，医疗旅游的发展前景良好，海峡两岸的医疗旅游合作是一个十分有意义的研究课题。从市场发展趋势看，医疗旅游存在着巨大的发展潜力，因而如何将大陆地区现有以及潜在的客户资源与台湾的医疗资源和旅游资源进行联结就成为本文想要探讨的问题。因此，本文选取医疗机构作为研究主题，着重探讨医疗机构在医

疗旅游产业中的市场定位和商业模式创新。

第二节 研究意义

一、理论价值

国外的医疗旅游发展经历了自发式发展阶段、发展式发展阶段到如今规模化、体制化的三个阶段已逐渐走向成熟，但我国的医疗旅游还处于萌芽阶段，相关的理论研究和商业产品等也较少，其中关于医疗机构如何拓展医疗旅游市场的探讨至今还处于空白之中。本文主要结合医疗旅游发展现状对海峡两岸医疗旅游进行初步探讨，这将扩大了医疗旅游研究的视角，也丰富和完善了医疗旅游研究内容，同时也有利于促进医疗旅游实用研究的进一步发展和深化。

二、实践意义

目前医疗旅游市场已然呈现全球化趋势，亚洲许多国家，例如新加坡、泰国、韩国、马来西亚等在这一领域取得了先发优势，而我国的医疗旅游产业尚停留在摸索阶段。本文对国内外、海峡两岸的医疗旅游产业进行了阐述，提出了医疗商业机构如何应对市场发展进行战略调整的对策建议，这一方面可以为相关医疗机构提供一定的理论基础和决策依据，以便其参与到医疗旅游产业中并不断巩固自身的竞争优势；另一方面，通过实现海峡两岸医疗旅游合作，加速医疗旅游产业的发展。

第三节 研究目标和研究方法

一、研究目标

本文拟探讨在医疗旅游的背景下，第三方独立医疗机构的专业医疗资源优势及其市场定位，尝试提出医疗机构角色转变下的战略调整，并以 B 公司为例探讨如何开拓大陆对台医疗旅游市场。

二、研究方法

（一）案例分析法

本文通过选择厦门地区一家大型健康管理机构 B 公司作为案例研究对象，从医疗旅游市场的客户资源优势、医疗技术优势、与台湾医疗机构合作、业务转

型与升级等方面探讨医疗机构如何进行发展战略调整。

（二）文献研究法

本研究主要通过对国内外各种现存文献资料、著作、发表刊物等的归纳和总结，对国内外医疗旅游发展进行分析，厘清医疗旅游发展脉络。

（三）问卷调查研究法

本文通过问卷调查了解人们对于医疗旅游的认知程度、意愿、偏好及需求潜力，并在此基础上进行大陆医疗旅游发展的 PEST 分析。

第四节 研究框架

本文的研究主要内容和章节安排如下：

第一章，绪论。本章主要介绍本文选题背景以及研究意义，据此来确定论文研究内容与技术路线，并根据研究内容来选择研究方法，阐述论文的主要创新点。

第二章，研究回顾与理论基础。本章对论文涉及的相关理论问题进行了总结分析，回顾了国内外关于医疗旅游、医疗旅游商业模式的相关研究。

第三章，台湾医疗旅游发展现状分析。本章针对台湾地区医疗旅游发展现状进行概括性描述与总结，从优势、劣势、机会、威胁等方面进行了产业竞争力分析，为后文阐述大陆医疗机构发展赴台医疗旅游项目的战略调整奠定基础。

第四章，大陆医疗旅游者需求市场分析。本章首先对医疗旅游进行 PEST 分析，并根据大陆赴台医疗旅游的相关需求调查问卷数据进行分析，探讨海峡西岸大陆居民到台湾进行医疗旅游的可行性，从需求角度测度大陆赴台医疗旅游市场的空间和潜力。

第五章例证研究。本章以厦门医疗机构管理公司 B 公司作为案例，在 SWOT 分析的基础上，对现有战略进行调整，开展赴台医疗旅游项目，从目标市场、市场竞争模式、营销手段、可视化构造等方面对 B 公司拓展医疗旅游市场的发展战略进行探讨，为大陆第三方独立医疗机构开展对台医疗旅游项目运作提供案例参考。

第六章结论。本章从国家、行业和企业层面给出未来发展大陆赴台医疗旅游的发对策建议。

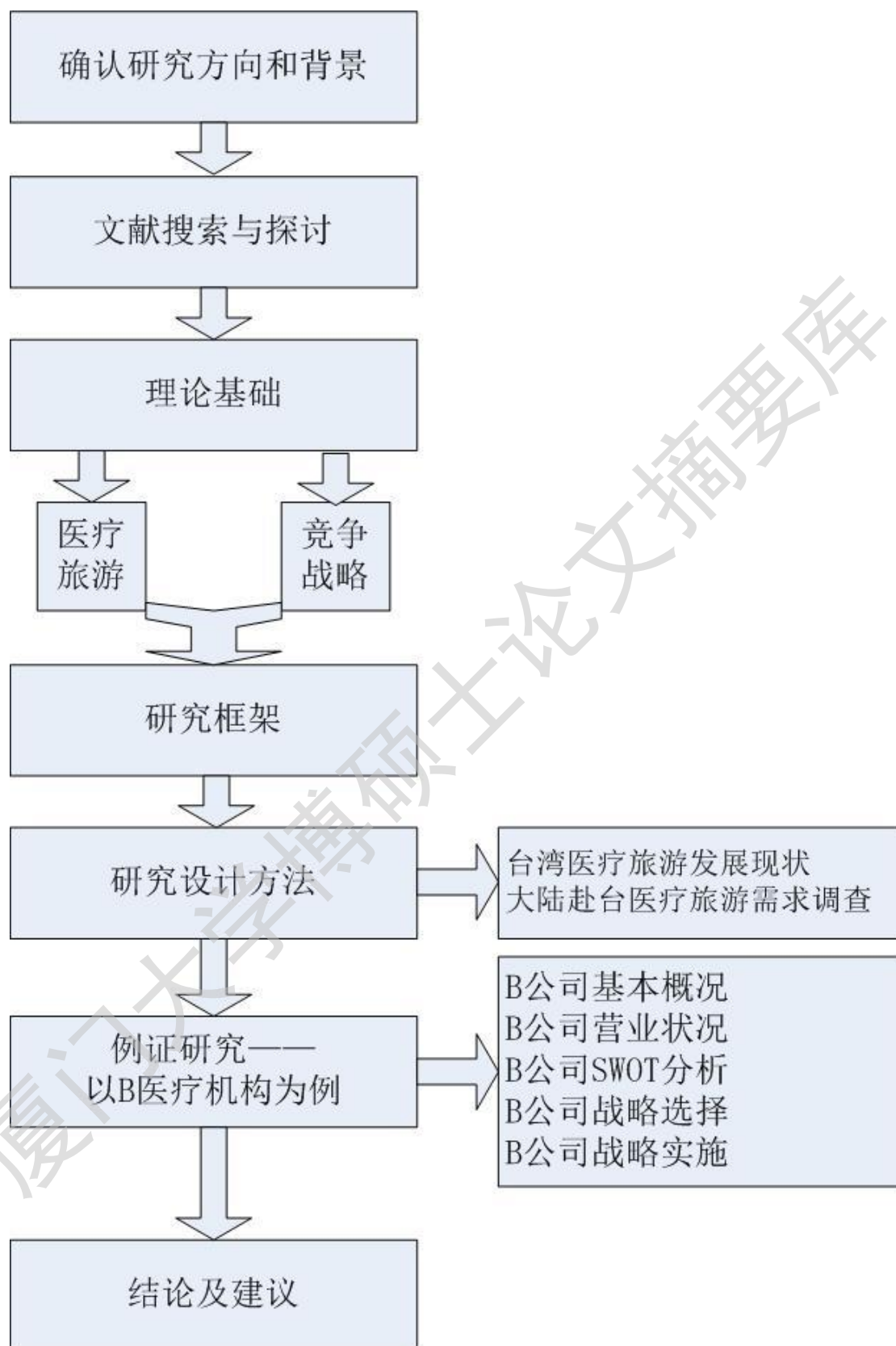


图 1-1 研究框架

第二章 相关理论回顾

第一节 医疗旅游概念

医疗旅游在中文中常被称为保健旅游、健康旅游、医疗旅游,在国外研究中,医疗旅游也被称为 Health Tourism、Health-Care Tourism、Medical Tourism、Wellness Tourism。早期的医疗旅游主要是一些发达的西方国家依靠其先进的医疗技术水平吸引众多患者进行的以治病诊疗为主要目的旅游活动。¹

按照世界卫生组织(World Health Organization, WHO)1946年的定义,医疗旅游(Healthcare Tourism)是一种可以满足身体、精神需求与社交的幸福感觉,并且远离疾病与衰弱的旅行。世界观光组织(World Tourism Organization, WTO)则将医疗旅游定义为是以医疗护理、疾病与健康、康复与修养为主题的旅游服务,这个概念结合了医院、保健、康复与度假四个内容。

国外学者对医疗旅游进行了不同的界定,Henderson(2003)²认为医疗旅游是以旅游的方式前往其他国家医院或医疗诊所消费医疗服务的一种形态,提供包括了健康检查、住院治疗与外科手术等医疗服务。Garcia-Altes A(2005)³认为医疗旅游是指人们为了健康的理由,离开居住地所从事的一种旅游方式。Carrera P.M.和 Bridges J.F.(2006)⁴将医疗旅游定义为以维持、加强或康复个体身体和心理福利的一种离开居住环境进行旅游的行为。还有学者认为医疗旅游产业是一种经济发展战略,它专注于服务国外患者,从服务等收入中为国提供产出、工作以及收入。遗憾的是国际上对医疗旅游尚无统一的定义。

国内学者也对医疗旅游的概念进行了探讨,刘炳献(2008)⁵认为医疗旅游是指人们因定居地的医疗服务太昂贵或不太完善,到国外寻求较相宜的保健服

¹程莉,杜鹏程.医疗旅游发展现状研究热点[J].内蒙古科技与经济,2008(7).

² Henderson J C. Healthcare tourism in southeast Asia[J]. Tourism Review International, 2003, 7(3-4): 111-121.

³ Garcia-Altes A. The development of health tourism services[J]. Annals of tourism research, 2005, 32(1): 262-266.

⁴Carrera P M, Bridges J F, et al. Globalization and healthcare: understanding health and medical tourism[J]. Expert review of pharmacoeconomics& outcomes research, 2006.

⁵刘炳献.医疗旅游相关问题研究[J].现代商贸工业,2008.

务，并与休闲旅游相结合发展而成的一种新的产业。旅游研究与市场（Tourism Research and marketing, TRAM, 专业机构）在对全球医疗旅游的一份研究报告中将医疗旅游界定为：以医疗（包括医药护理、手术治疗）为目的，到异地（尤其是异国）停留超过一天的活动。刘庭芳（2009）¹认为医疗旅游是一切能为旅游者健康做出贡献的旅游活动，指在具备一定旅游保健、疾病防治、急救护理、康复、美容、疗养等知识的前提下，提供旅游者亲近自然的机会和环境，倡导旅游者参与健康时尚旅游活动，让旅游者开阔眼界、强身健体、愉悦身心。王红芳（2012）²从服务角度出发，认为医疗旅游是以医疗服务为主，结合疗养、参观、游玩等旅游服务于一体的新型旅游服务模式。张文菊（2013）³等认为国际医疗旅游是指人们由于常住地的医疗服务不够完善或者太昂贵，在异地(尤其是异国)实惠、特色的医疗、保健、旅游等服务或活动的吸引下，到异地(尤其是异国)接受医疗护理、疾病治疗、保健等医疗服务与度假、娱乐等旅游服务的过程。

总体来看，医疗旅游是具有异地性，包含医疗与旅游两大内容，涉及的医疗类型具有多样性，从医疗旅游的发展趋势来看，有由欧美发达国家向其他发达国家以及发展中国家转移的趋势。

表 2-1 主流医疗形态相关内涵

医疗旅游的形态	定义	相关服务/诊疗内容
直接治疗	指其参与的活动直接与 治疗或复健相关。	经由旅行到外地进行外 科手术。
特别治疗	进针对特别形态的疾病 或者对象做治疗	进针对患有相同疾病之 病患，进行疾病治疗。
间接治疗	值其行为或活动期间与 治疗和复健相关。	经由医院诊断，让病患更 了解其本身健康状况。

资料来源：Jones, 2005

¹刘庭芳，苏延芳．亚洲医疗旅游产业探析及其对中国的启示[J]．《中国医院》，2009，13(1)：74-77．

²王红芳．医疗旅游发展与国际经验研究[J]．调研世界，2012，(1)：61-64．

³张文菊．我国医疗旅游研究综述——基于文献计量分析的研究视角[J]．河北旅游职业学院学报，2013，(3)：23-26．

Degree papers are in the “[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)”.

Fulltexts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.